ESTIMATES

Canada Information Office

Performance Report

For the period ending
March 31, 2001

Canada

Improved Reporting to Parliament Pilot Document

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament.

The Estimates of the Government of Canada are structured in several parts. Beginning with an overview of total government spending in Part I, the documents become increasingly more specific. Part II outlines spending according to departments, agencies and programs and contains the proposed wording of the conditions governing spending which Parliament will be asked to approve.

The *Report on Plans and Priorities* provides additional detail on each department and its programs primarily in terms of more strategically oriented planning and results information with a focus on outcomes.

The *Departmental Performance Report* provides a focus on results-based accountability by reporting on accomplishments achieved against the performance expectations and results commitments as set out in the spring *Report on Plans and Priorities*.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource allocation priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of funds.

©Minister of Public Works and Government Services Canada — 2001

Available in Canada through your local bookseller or by mail from

Canadian Government Publishing — PWGSC

Ottawa, Canada K1A 0S9

Catalogue No. BT31-4/18-2001
ISBN 0-660-61661-0

102-01154/

Foreword

In the spring of 2000 the President of the Treasury Board tabled in Parliament the document "Results for Canadians: A Management Framework for the Government of Canada". This document sets a clear agenda for improving and modernising management practices in federal departments and agencies.

Four key management commitments form the basis for this vision of how the Government will deliver their services and benefits to Canadians in the new millennium. In this vision, departments and agencies recognise that they exist to serve Canadians and that a "citizen focus" shapes all activities, programs and services. This vision commits the government of Canada to manage its business by the highest public service values. Responsible spending means spending wisely on the things that matter to Canadians. And finally, this vision sets a clear focus on results – the impact and effects of programs.

Departmental performance reports play a key role in the cycle of planning, monitoring, evaluating, and reporting of results through ministers to Parliament and citizens. Earlier this year, departments and agencies were encouraged to prepare their reports following certain principles. Based on these principles, an effective report provides a coherent and balanced picture of performance that is brief and to the point. It focuses on results – benefits to Canadians – not on activities. It sets the department's performance in context and associates performance with earlier commitments, explaining any changes. Supporting the need for responsible spending, it clearly links resources to results. Finally the report is credible because it substantiates the performance information with appropriate methodologies and relevant data.

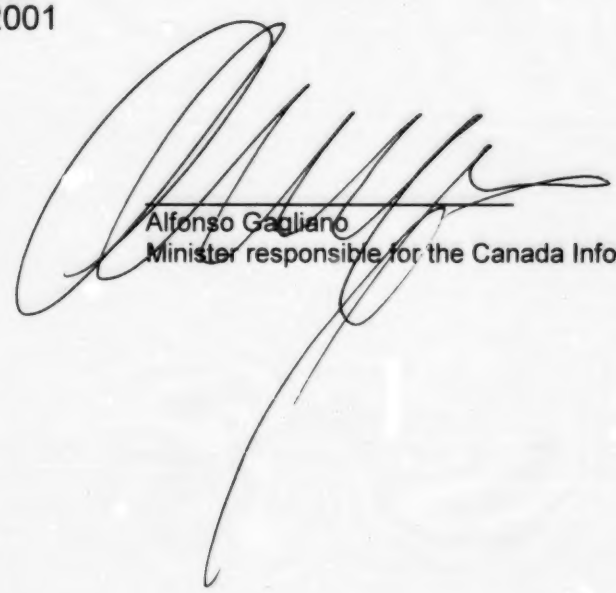
In performance reports, departments strive to respond to the ongoing and evolving information needs of parliamentarians and Canadians. The input of parliamentarians and other readers can do much to improve these reports over time. The reader is encouraged to assess the performance of the organization according to the principles outlined above, and provide comments to the department or agency that will help it in the next cycle of planning and reporting.

This report is accessible electronically from the Treasury Board of Canada Secretariat Internet site:
http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dpre.asp
Comments or questions can be directed to this Internet site or to:
Results Management and Reporting Directorate
Treasury Board Secretariat
L'Esplanade Laurier
Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0R5
Tel.: (613) 957-7167 – Fax: (613) 957-7044

Canada Information Office

Performance Report

For the
period ending
March 31, 2001



Alfonso Gagliano
Minister responsible for the Canada Information Office

Canada Information Office | Bureau d'information du Canada

Canada

Table of contents

Section I: Minister's Message 1

Section II: Departmental Performance 3
- A. Background 3
- B. Performance Expectations 4
- C. Performance Challenges 4
- D. Chart of Key Results Commitments 5
- E. Key Accomplishments 5
  - Research Activities 6
  - Communications Activities 7
  - Regional Coordination 9
  - Outreach Activities 9
  - Information Products and Services 10
  - Dissemination of Best Practices 10

Section III: Financial Performance 13
- A. Financial Performance Overview 13
- B. Financial Summary Tables 14
  - Table 1: Summary of Voted Appropriations 14
  - Table 2: Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending 15
  - Table 3: Historical Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending 16
  - Table 4: Transfer Payments 16

Section IV: Departmental Overview 17
- A. Mandate, Roles and Responsibilities 17
- B. Operating Environment 17
- C. Departmental Organization 18
  - Figure 1: CIO Structure 18
  - Table of Product and Service Lines 19

Section V: Other Information 21

Section I: Minister's Message

As the Minister responsible for the Canada Information Office (CIO), I am pleased to present the Departmental Performance Report for fiscal year 2000-2001.

The CIO plays a key role in communications between the Government of Canada and Canadians. It responds to Canadians' desire to be better informed about the government's overall direction and key priorities, as well as the programs and services which the government makes available to them.

Fiscal year 2000-2001 was marked by the integration at CIO of three new spheres of activity: a cross-Canada network of Regional Communications Coordinators; the coordination of public opinion research; and the Government of Canada Fairs and Exhibits Program. The successful integration of these new functions speaks eloquently of the CIO's organizational and structural maturity. In addition, the CIO launched the Citizen Information Initiative (CII) under the direction of the Ad Hoc Committee of Cabinet on Government Communications (CCOC). Under the CII, citizen-focussed products were developed to better inform the public about the priorities and overall plan of the Government of Canada, and to promote its programs and services. These new initiatives have enabled the CIO to expand its range of communications services and tools for use by the Government of Canada.

The above and a variety of other citizen-focussed communication initiatives were designed and implemented by the CIO in partnership with other government departments and agencies, non-governmental organizations and the private sector. These activities have clearly supported the government's commitments with respect to communications and a strong and united Canada.

I am proud of the CIO's achievements and would like to take this opportunity to thank our partners, both internal and external to the government.

To improve the effectiveness of its communications and services to citizens, the Government of Canada announced the launch of *Communication Canada* on September 1, 2001. This organization groups together the communications coordination activities of Public Works and Government Services Canada with those of the Canada Information Office. I am confident that this new organization will enable Government of Canada to better respond to the communications and service needs of Canadians.

Alfonso Gagliano

Section II: Departmental Performance

A. Background

The Canada Information Office's (CIO)[1] mandate is to improve communications between the Government of Canada and Canadians. The CIO promotes better corporate communications by the Government as a whole and supports the Government's commitment to a strong and united Canada.

During the 2000-2001 fiscal year, the CIO was one of four central agencies supporting the government in its communications with Canadians. The three others were the Privy Council Office[2], Public Works and Government Services Canada[3] and the Treasury Board Secretariat[4]. The Canada Information Office supports the efforts of the Ad Hoc Committee of Cabinet on Government Communications (CCOC)[5] by developing and implementing a variety of initiatives to strengthen the front-line communication work done by departments.

Social and economic factors at both the national and regional levels exert a strong influence on the activities of the CIO. Social questions such as health, education and economic management are priorities in the eyes of Canadians. The CIO develops and implements initiatives geared to their information needs in these and other areas.

The CIO must respond to specific information needs and requests from all segments of the population, which differ from one region to another. The Canada Information Office develops creative and innovative communications mechanisms to keep Canadians better informed, while taking into account the day-to-day realities and the characteristics specific to each part of the country.

---

[1] Canada Information Office Web site (now Communication Canada) : http://www.communication.gc.ca/

[2] Privy Council Office Web site : http://www.pco-bcp.gc.ca/

[3] As of September 1, 2001, the communications coordination activities of PWGSC are part of Communication Canada.

[4] Treasury Board Secretariat's Web site: http://www.tbs-sct.gc.ca/

[5] Since April 2001, this Committee is permanent and known as the Cabinet Committee on Government Communications (CCGC). For information on the structure of the CCGC, visit the following Web site : http://canada.gc.ca/howgoc/cab/cab-com_e.html

The information made available to Canadians to enable them to increase their knowledge of their region, their country and the world in general is increasingly abundant and diverse. Canadians' requests for information about the programs and services of the Government of Canada reflect this trend, in that they are at once sophisticated and precise. This means that the CIO must find the best communication methods and tools in order to respond to the needs expressed by the population. Based on public opinion and communications research as well as other sources, the Canada Information Office develops national and regional citizen-focussed corporate communications initiatives. These initiatives are most often undertaken in partnership with other government departments and agencies, including Regional Councils of Senior Federal Officials, non-governmental organizations and the private sector. Their purpose is to inform Canadians about the Government of Canada's priorities and the many programs and services available to them.

B. Performance Expectations

During fiscal year 2000-2001, the CIO's goal was to provide Canadians with information on the government's overall direction and main priorities, as well as on the many programs and services available to them.

C. Performance Challenges

Canadians would like more information from their government concerning programs and services. They believe that the government has an important role to play in ensuring a flow of information, but also believe that information from their government should be factual and relevant. Customizing communications to respond to the needs of various groups of citizens is an ongoing challenge for all governments.

Surveys on government communications conducted in recent years[6] by the CIO and other organizations have highlighted the need to strengthen communications between the government and the public. Finding an effective formula for delivering relevant information and ensuring that all citizens can access, understand and use this information is key to responding to this need. Other challenges for the CIO include audience sophistication, the use of new technologies, the partnership approach, and balancing national and regional needs.

---

[6] See *Communications Survey. Listening to Canadians*, Canada Information Office. Web site: http://www.communication.gc.ca/survey/pubop_e.html
Also see *Issues and Challenges in Communicating with Less Literate Canadians*, Final report, Canada Information Office (2000). Web site: http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_e.html

Departments and agencies communicate with citizens about their respective programs and services. The CIO's challenge is to develop communications activities on behalf of the Government of Canada as a whole, to complement and provide an umbrella or context for department-specific messages.

D. Chart of Key Results Commitments

The Canada Information Office (CIO)		
Providing Canadians with information on the Government of Canada		
Key result and performance measurement strategy Informing Canadians	**To be demonstrated by:** Reach of CIO's activities and their impact on participants and audiences Accessibility of information about Government of Canada, particularly its priorities, programs and services	**Resources:** $58,034,884 169 FTEs

Canada Information Office	
Planned spending	$20,648,000
Total authorities	$58,034,884
Actual spending in 2000-2001	$57,443,430

E. Key Accomplishments

The CIO has shown leadership in strengthening government communications and influenced communications planning and policies across government in 2000-2001. Specific examples of CIO accomplishments over the past year can be found on the next page. These accomplishments are consistent with the commitments set out in the Report on Plans and Priorities for fiscal year 2000-2001.

Research Activities

CIO research helps identify citizens' needs and gain a better understanding of the public environment impacting on communications and Canadians' attitudes toward the Government of Canada. In 2000-2001, the CIO continued to sound out Canadians about their attitudes and preferences concerning communications. Results of this research were shared with many federal departments and other stakeholders in order to support them in their communications efforts. Here are some examples:

➢The CIO published three new editions in its *Governmental Communications Survey*[7] series. The seventh edition (Fall 2000) included questions focusing on electronic communications to identify the public's needs in terms of on-line services offered by the Government of Canada. The CIO disseminated the results to various government audiences and on its Web site (65 presentations, over 1,500 reports distributed and some 200 responses to requests for information).

> *Among the Canadians who have begun using the Internet, Government Web sites also have had a positive impact.*
>
> *The rise of this new medium, which is direct, instant and two-way, provides an opportunity to improve and speeds the flow of communications between Government and citizens.* (From *Communications Survey - Listening to Canadians, Fall 2000*, p. 76).

➢Based on these surveys, the CIO developed regional and demographic profiles which were later distributed to the Ad Hoc Committee of Cabinet on Government Communications (CCOC), the CIO's regional coordinators and various audiences inside and outside government with a view to informing them about the demographic profile of the citizens they serve and about public opinion in the regions.

---

[7] The reports on the *Governmental Communications Survey: Listening to Canadians* are available on the Communication Canada (Canada Information Office) Web site at the following address: http://www.communication.gc.ca/survey/pubop_e.html

➢ Also, in September 2000, the CIO published the report *Issues and Challenges in Communicating with Less Literate Canadians*[8]. This report was followed by a forum devoted to communications and literacy on November 22, 2000, targeted to federal communicators and which attracted over 200 participants from the public, private and community sectors. These individuals confirmed the importance of addressing the literacy issue from a communication angle. Through its actions, the CIO proved to be a front-line partner with the stakeholders and the community – a fact borne out by the participants' remarks.

Remarks by forum participants:

"Actually, it opened my eyes to the fact that the Public Service is truly concerned about the needs of ordinary Canadians."

"The forum raised my awareness and armed me with new tools for future communications initiatives."

The total value of the public opinion research projects carried out by the departments and agencies of the Government of Canada and coordinated by the CIO during fiscal year 2000-2001 came to $19.9 million. The subjects of this research cover the range of Canadian society, from boaters to women afflicted with breast cancer; from users of Government of Canada Web sites to parents of school-aged children; and from farmers and fishers to firearm owners and veterans.

Communications Activities

In 2000-2001, the CIO devoted much of its energy to designing and producing citizen-focussed communications products and initiatives. These integrated communications initiatives are designed to take into account citizens' information needs and interests concerning the main priorities of the Government of Canada and the programs and services it provides. They are based on the results of CIO research and on what it has learned to date through experience. The addition of regional communications coordinators means that the Government of Canada's communications are better coordinated at the regional and local levels. The CIO also continues to play an important role in various government-wide communications projects led by other departments and agencies. Here are some examples:

---

[8] Canada Information Office, *Issues and Challenges in Communicating with Less Literate Canadians*, Final report, September 2000. http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_e.html

➢The Canada Information Office coordinates and manages the Canada Pavilion at major fairs across the country as part of its efforts to increase the Canadian government's presence in all regions with a view to responding more effectively to Canadians' information needs. In 2000-2001, the government took part in 14 major fairs or exhibits as well as dozens of local events throughout Canada. Surveys indicate that 86% of visitors to the Canada Pavilion support such a presence. As well, Calgary Stampede officials presented the Canada Information Office with a special award in recognition of the Pavilion's uniqueness and its commitment to excellence.

➢In 2000-2001, three television vignettes were produced to inform Canadians about the services offered by the Government of Canada and about the three access channels, namely the Government of Canada's Web site[9], the toll-free number 1 800 O-Canada[10] and the Service Canada Access Centres[11]. These vignettes profiled three different government services: a dog handler working for the Canadian Food Inspection Agency; a captain in charge of coordinating air rescue operations for the Canadian Forces; and a park warden employed by Parks Canada. Assessments of the vignettes show that they did an effective job of raising Canadians' awareness of the services offered by the Government of Canada.

➢The CIO, in cooperation with other departments, produced a national programs and services guide[12] (distributed to 11.2 million households in September 2000). This guide, which presents an overview of the services offered to citizens, was developed on the heels of two successful pilot projects: *Your Guide to Government of Canada Programs and Services* distributed in rural areas and *Government of Canada Services for You* distributed in the urban areas of Quebec and Saskatoon.

➢Information campaigns were conducted in 1,300 weekly newspapers (rural, urban, Aboriginal, cultural, ethnic and youth). Advertisements aimed at the ethnic press were prepared in the language of the newspaper (in all, 37 different languages). These advertisements support other communications activities, such as the National services guide, the television vignettes and the Fairs and Exhibits Program of the Government of Canada.

---

[9] The main Web site of the Government of Canada (www.canada.gc.ca).

[10] You can dial the toll-free number for the Government, 1 800 O-Canada (1 800 622-6232). An information attendant will answer you in the official language of your choice. If you are hearing- or speech-impaired, you can use a TTY/TDD number: 1 800 465-7735.

[11] Service Canada provides the public with single-window access to government services. This initiative helps Canadians obtain the services they need quickly and easily, either in person, via the Internet or by telephone. For further information, visit the Service Canada website at: http://www.servicecanada.gc.ca/menu_e.shtml

[12] The National services guide entitled *Government of Canada Services For You* is available at the following address: http://www.communication.gc.ca/national-guide/intro_e.html. The on-line version of the guide is found on this site and contains direct links to the services described. Visitors to the site can also do a search by entering the full name of the desired service.

➢The CIO had a hand in various major files relating to government communications, including renewal of the Government of Canada's communication policy, renewal of the communications community, the 1 800 O-Canada telephone line, the Government of Canada's Web site, the *Government On-Line* Initiative[13] and Service Canada. In January 2001, Privy Council Office and the CIO organized a conference on government communications. Feedback from the delegates representing the communications community was very positive. The CIO will host another conference of this type in 2002.

Regional Coordination

To support horizontal and government-wide communications projects, a network of regional communications coordinators was put in place across the country. In order to enhance the Government of Canada's presence at the regional level, the coordinators offered products and activities with a regional flavour, working with the support of the Regional Councils of Senior Federal Officials and in cooperation with federal departments in the region or province in question. Information campaigns and other activities were carried out with a view to promoting the services offered to the public by the Government of Canada.

Outreach Activities

Outreach activities encourage Canadians to work with the Government of Canada and other partners to improve communications between citizens and the government. The aim is to respond to the information needs expressed by citizens with regard to the programs and services offered by the Government of Canada.

➢Upwards of 100 community-based activities were organized in Quebec, and in the Western and Atlantic provinces. These activities made it possible to communicate directly with nearly 80,000 Canadians. Among other things, the CIO participated in 54 activities as part of the Ambassadors Tours at the Summit of the Americas and 32 information sessions on e-business in cooperation with Industry Canada, Canada Economic Development and the Network of Community Futures Development Corporations (CFDC). In cooperation with Health Canada, the Royal Canadian Mounted Police and various non-governmental organizations, the CIO took part in a musical tour as well as an information campaign aimed at sensitizing young people to the dangers of smoking and drug use.

➢As part of its partnership projects, the CIO also offered financial assistance and consulting services to various organizations for social and community projects.

---

[13] For additional information on the *Government On-Line* Initiative, see the Web site: http://www.gol-ged.gc.ca/index_e.asp

Information Products and Services

The CIO continues to identify current and emerging trends, using an increasingly comprehensive approach. It gathers information on an ad-hoc and targeted basis so as to better respond to the information needs of Canadians. It coordinates ministerial visits in several regions of the country, providing factual information of a general nature on the communities visited as well as logistical support services. For example:

➢During the last fiscal year, the CIO produced information products such as media tracking and analysis which helped departments and agencies identify the concerns and issues of Canadians in various regions of the country so that government communications activities can better respond to their information needs. Calendars of events were also produced to help departments and agencies identify opportunities to better plan and coordinate their communications activities. In addition, the CIO produced calendars for fairs and festivals to inform Canadians about cultural activities taking place throughout the country.

➢In addition to the Quebec Ministerial Tours[14], which have taken place since December 1998, the CIO organized ministerial tours in the Western provinces, to be launched over the course of fiscal year 2001-2002. These government activities give Canadians the opportunity to speak directly with representatives of their government, relate their concerns and, in the process, obtain information on the services available to them.

Dissemination of Best Practices

In 2000-2001, the CIO was involved in identifying and disseminating best practices in the area of government communications to enable departments and agencies to learn from each other's experience. It was involved in various forums, symposia and regional and national activities as the "Info-lunches" on public opinion research who involved many departments and governmental agencies. The CIO continues to fulfil its mandate in an effective, professional manner, as evidenced by the numerous awards it won last year, including an Award of Excellence presented by the National Capital Region chapter of the International Association of Business Communicators (IABC) for the publication of *Your Guide to Government of Canada Programs and Services* produced in cooperation with the Rural Secretariat of Agriculture and Agri-Food Canada. Two other awards were bestowed on the CIO by the same association, an Award of Excellence for the television vignettes, and a Merit Award for the study on literacy[15].

---

[14] For an overview of the Quebec tours in 2000-2001, see the following Web site: http://www.communication.gc.ca/tour_min/2000-2001_en/slide01.html

[15] Canada Information Office, *Issues and Challenges in Communicating with Less Literate Canadians*, Final report, September 2000. http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_e.html

The achievements of the last fiscal year speak to the key position occupied by the Canada Information Office in the field of government communications. The lessons learned from these activities have enabled us to improve the government's corporate communications. They have also helped us establish friendly, efficient relations with all of our partners, both internal and external to the government. In addition, they have prompted us to develop initiatives which will improve communications coordination at the regional level. Finally, our achievements have laid the groundwork for further strengthening the role we play in improving communications between the government and Canadians.

Section III: Financial Performance

A. Financial Performance Overview

For fiscal year 2000-2001, the CIO's budget went from $20,6 million to $58 million. This increase of $37,4 million is explained as follows:

In March 2000, additional funding was approved for three corporate communications initiatives over three fiscal years (2000-2001 through to 2002-2003). $28,6 million was provided to the CIO in 2000-2001 for these initiatives.

- Regional Coordination Initiative ($5,7 M)
- Fairs and Exhibits Program of the Government of Canada ($3,9 M for the period from June 2000 to March 2001)
- Citizen Information Initiative ($19 M)

The CIO also obtained an additional amount to put in place information campaigns pursuant to the federal-provincial agreement on increased federal funding for the Canadian Health Care System and for the Government On-Line Initiative ($8 M) for 2000-2001 only. In addition, coordination of public opinion research was transferred from Public Works and Government Services Canada (PWGSC) to the CIO in 2000-2001. This transfer was approved and came with an annual amount of $0,8 million.

B. Financial Summary Tables

The following financial tables apply to the Canada Information Office

Table 1

Summary of Voted Appropriations

Financial Requirements by Authority (thousands of dollars)

Vote		2000-2001 Planned spending	*Total authorities*	**Actual spending**
	Canada Information Office			
15	Program expenditures	19,558	*56,817*	**56,226**
(L)	Contributions to employee benefit plans	1,090	*1,218*	**1,217**
	Total Department	20,648	*58,035*	**57,443**

Table 2

Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending

Departmental Planned versus Actual Spending (thousands of dollars)

Canada Information Office	2000-2001 Planned spending	*Total authorities*	**Actual spending**
Full Time Equivalents (FTEs)	83	131	169
Operating	20,648	55,190	55,102
Voted Grants and Contributions	4,900	2,845	2,341
Total Gross Voted Expenditures	20,648	58,035	57,443
Statutory Grants and Contributions	—	—	—
Total Gross Expenditures	20,648	58,035	57,443
Less:			
Respendable Revenues	—	—	—
Total Net Expenditures	20,648	58,035	57,443
Other Revenues and Expenditures			
Non-Respendable Revenues	--	—	—
Cost of Services Provided by Other Departments	1,029	1,035	1,035
Net Cost of the Program	**21,677**	**59,070**	**58,478**

Additional FTE resources were transferred and allocated to be able to properly carry out the Department's new projects. These FTEs were assigned to regional communications coordination (37), fairs and exhibits and public opinion research (11). Further FTEs (38) were used to replace contractors with Public Service resources.

Table 3

Historical Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending

Departmental Planned versus Actual Spending (thousands of dollars)

			2000-2001		
	Actual spending 1998-1999	Actual spending 1999-2000	Planned spending	*Total author-ities*	Actual spending
Canada Information Office	19,268	19,913	21,677	58,035	57,443
Total	**19,268**	**19,913**	**21,677**	**58,035**	**57,443**

Table 4

Transfer Payments

Transfer Payments	**(Thousands of dollars)**			**2000-2001**	
Canada Information Office	Actual spending 1998-1999	Actual spending 1999-2000	Planned spending	*Total author-ities*	Actual spending
GRANTS					
Grant	—	—	2,000	1,224	1,224
Total Grants	—	—	**2,000**	**1,224**	**1,224**
CONTRIBUTIONS					
Contribution	—	2,301	2,900	1,621	1,117
Total Contributions	—	**2,301**	**2,900**	**1,621**	**1,117**
Total Transfer Payments	—	**2,301**	**4,900**	**2,845**	**2,341**

Section IV: Departmental Overview[16]

A. Mandate, roles and responsibilities

The Canada Information Office's mandate is to improve communications between the Government of Canada and Canadians. In doing so, the CIO promotes better corporate communications by the government as a whole and supports the Government's commitment to a strong and united Canada.

The CIO works with other government departments and agencies, non-government organizations and the private sector on initiatives to inform Canadians about Canada and the services available to them from the Government of Canada.

At the CIO, we believe the better the Government of Canada communicates with citizens, the better Canadians will know their government, their country and each other.

B. Operating Environment

The Canada Information Office has one line of business -- ***Information to Canadians***.

Business Line Objective

Providing information to Canadians in order to better inform them about the Government of Canada, particularly its priorities and broad range of available programs and services so as to improve communications with citizens and support the Government's commitment to a strong and united Canada.

Business Line Description

The CIO designs, develops, implements, coordinates and funds national and regional communications/information activities and products, community relations/outreach initiatives, and public opinion/communications research to respond to Canadians' information needs, especially on the Government of Canada's priorities, programs and services.

[16] This information will be updated in the 2002-2003 Report on Plans and Priorities to reflect the creation of Communication Canada on September 1, 2001.

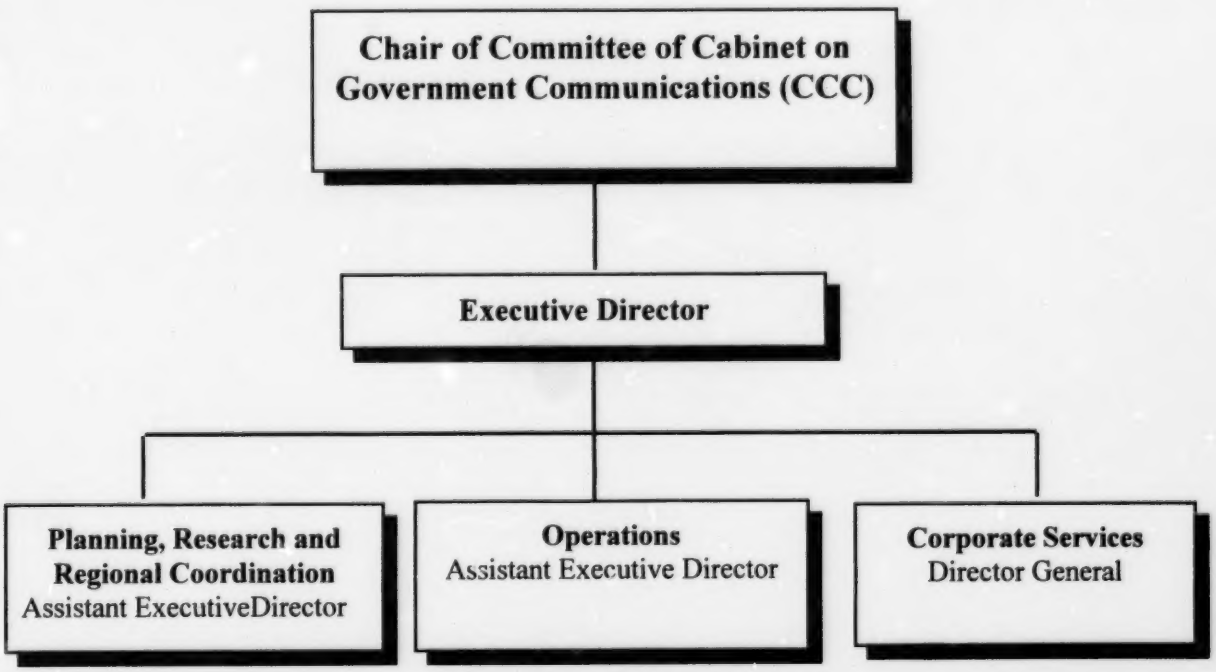
The CIO focuses its efforts on corporate communications, that is, on behalf of the Government of Canada as a whole. This corporate perspective complements and provides a context for communications activities undertaken by individual departments and agencies.

Based on public opinion and communications research, the CIO develops national and regionally responsive citizen-focused corporate communications initiatives. These initiatives are most often undertaken in partnership with other government departments and agencies including Regional Councils of Senior Federal Officials, non-government organizations, and the private sector to inform Canadians about Canada, particularly the Government of Canada's priorities, and wide array of programs and services. These corporate activities complement and provide a context for departmental communications activities. The CIO also provides strategic and operational advice and support to the Ad Hoc Committee of Cabinet on Government Communications (CCOC).

C. Departmental Organization

The Executive Director of the CIO reports to the Chair of the CCOC. The CIO has two principal sectors: the Planning, Research and Regional Coordination Sector, and the Operations Sector, each headed by an Assistant Executive Director. Supporting the activities of these sectors is the Corporate Services Branch, headed by a Director General.

Figure 1: CIO Structure



Product and Service Lines

The CIO has three product/service lines: two principal product/service lines -- *Planning, Research and Regional Coordination*, and *Operations*; and a third supporting product/service line -- *Corporate Services*.

Table of Product and Service Lines

Product/Service Lines:	Planning, Research and Regional Coordination	Operations	Corporate Services
Accountability:	Assistant Executive Director, Planning, Research and Regional Coordination	Assistant Executive Director, Operations	Director General, Corporate Services

Planning, Research and Regional Coordination

The Planning, Research and Regional Coordination product/service line provides information, advice and guidance to the CIO, other departments and agencies, and the CCOC on initiatives, policies and programs relating to government-wide communications.

Products and services include strategic planning, evaluation, performance measurement, departmental reports, coordination of regional communications, region-specific communications products and activities, communications/public opinion research, including the coordination of public opinion research across government.

The Assistant Executive Director, Planning, Research and Regional Coordination is accountable for this product/service line. The Planning, Research and Regional Coordination Sector is composed of three branches: Strategic Planning, Policy and Evaluation; Research and Analysis; and Regional Coordination.

Operations

The Operations product/service line involves the design and delivery of corporate communications products, services and activities that respond to Canadians' information needs and desires. These are undertaken in partnership with governmental and non-governmental partners.

Products and services include advertising, media monitoring and tracking of government-related events, production of calendars of events, coordination of Ministerial tours, outreach/community relations, and coordination of Government of Canada participation at major fairs and exhibits across the country.

The Assistant Executive Director, Operations is accountable for this product/service line. The Operations Sector is composed of three branches: Communications; Outreach; and Information Services.

Corporate Services

The Corporate Services product/services line provides corporate support and resource management for the organization. This includes human resources and administration (pay and benefits, staffing and staff relations, office management, security, and purchasing), finance (corporate budgets), information technology (computer and telecommunications systems, help desk and training) and other corporate activities (parliamentary relations, correspondence, records management, processing of Access to Information and Privacy requests).

The Director General, Corporate Services is accountable for this product/service line. The Corporate Services Branch is composed of four directorates: Human Resources and Administration; Finance; Information Technology; and the Corporate Secretariat.

Section V: Other Information

Communication Canada (formerly Canada Information Office) is located at:

155 Queen Street, 5th Floor
Ottawa, Ontario
K1P 6L1
Telephone: (613) 992-1692
Facsimile: (613) 991-1952

For further information, please contact:

The Communication Canada Web site:	The Government of Canada Web site:
http://www.communication.gc.ca	http://canada.gc.ca/main_e.html
The site is updated regularly with information and special features.	Toll-free number for the Government of Canada:
	1 800 O-Canada (1 800 622-6232)

Access to Information and Privacy Act (ATIP)

ATIP inquiries should be directed to the:

Officer (ATIP)
Communication Canada
155 Queen Street, 5th Floor
Ottawa, Ontario
K1P 6L1

BUDGET DES DÉPENSES

Bureau d'information du Canada

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2001

Canada

Présentation améliorée des rapports au Parlement
Document pilote

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement.

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commençant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le *Rapport sur le rendement* met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2001

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des

Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC

Ottawa, Canada K1A 0S9

No de catalogue BT31-4/18-2001
ISBN 0-660-61661-0

Avant-propos

Au printemps 2000, la présidente du Conseil du Trésor a déposé au Parlement le document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*. Ce document expose clairement les mesures qu'entend prendre le gouvernement pour améliorer et moderniser les pratiques de gestion des ministères et organismes fédéraux.

En ce début de millénaire, l'approche utilisée par le gouvernement pour offrir ses programmes et services aux Canadiens et Canadiennes se fonde sur quatre engagements clés en matière de gestion. Tout d'abord, les ministères et les organismes doivent reconnaître que leur raison d'être est de servir la population canadienne et que tous leurs programmes, services et activités doivent donc être « axés sur les citoyens ». Deuxièmement, le gouvernement du Canada s'est engagé à gérer ses activités conformément aux valeurs les plus élevées de la fonction publique. Troisièmement, dépenser de façon judicieuse, c'est dépenser avec sagesse dans les secteurs qui importent le plus aux Canadiens et Canadiennes. En dernier lieu, le gouvernement du Canada entend mettre l'accent sur les résultats, c'est-à-dire sur les retombées et les effets des programmes.

Les rapports ministériels sur le rendement jouent un rôle de premier plan dans le cycle de planification, de suivi, d'évaluation ainsi que de communication des résultats, par l'entremise des ministres, au Parlement et aux citoyens. Plus tôt cette année, les ministères et les organismes ont été invités à rédiger leurs rapports en appliquant certains principes. Selon ces derniers, un rapport ne peut être efficace que s'il présente un tableau du rendement qui soit non seulement cohérent et équilibré mais bref et pertinent. Un tel rapport doit insister sur les résultats, soit les avantages dévolus aux Canadiens et Canadiennes, plutôt que sur les activités. Il doit mettre le rendement du ministère en contexte et le rattacher aux engagements antérieurs, tout en expliquant les écarts. Et comme il est nécessaire de dépenser judicieusement, il doit exposer clairement les liens qui existent entre les ressources et les résultats. Enfin, un tel rapport ne peut être crédible que si le rendement décrit est corroboré par la méthodologie utilisée et par des données pertinentes.

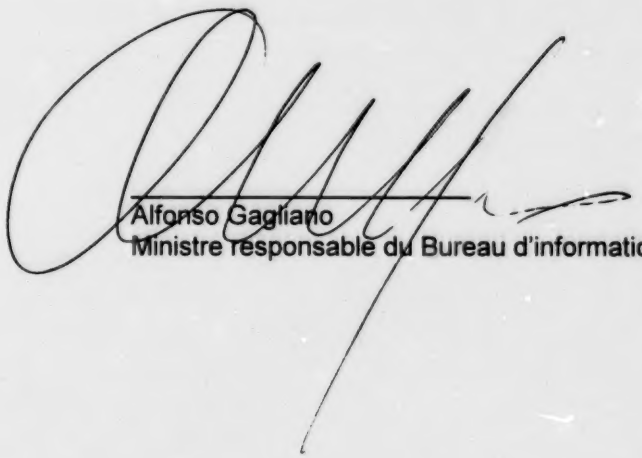
Par l'intermédiaire des rapports sur le rendement, les ministères et organismes visent à répondre au besoin croissant d'information des parlementaires et des Canadiens et Canadiennes. Par leurs observations et leurs suggestions, les parlementaires et les autres lecteurs peuvent contribuer grandement à améliorer la qualité de ces rapports. Nous invitons donc tous les lecteurs à évaluer le rendement d'une institution gouvernementale en se fondant sur les principes précités et à lui fournir des commentaires en vue du prochain cycle de planification.

Le présent rapport peut être consulté par voie électronique sur le site Web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'adresse suivante :
http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp
Les observations ou les questions peuvent être adressées directement au webmestre de ce site Web ou à l'organisme suivant :
Direction de la Gestion des résultats et des rapports
Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
L'Esplanade Laurier
Ottawa (Ontario) K1A 0R5
Téléphone : (613) 957-7167 – Télécopieur : (613) 957-7044

Bureau d'information du Canada

Rapport de rendement

Pour la
période se terminant le
31 mars 2001



Alfonso Gagliano
Ministre responsable du Bureau d'information du Canada

Bureau d'information du Canada
Canada Information Office

Canada

Table des matières

Partie I : Message du Ministre 1

Partie II : Rendement du Bureau d'information du Canada 3

A. Contexte 3
B. Attentes globales en matière de rendement 4
C. Défis reliés au rendement 4
D. Tableau des principaux engagements relatifs aux résultats 5
E. Principaux résultats 5
Activités de recherche 6
Activités de communication 8
Coordination régionale 10
Activités de rayonnement 10
Produits et services d'information 10
Diffusion des pratiques exemplaires 11

Partie III : Rendement financier 13

A. Aperçu du rendement financier 13
B. Tableaux financiers récapitulatifs 14
Tableau 1: Sommaire des crédits approuvés 14
Tableau 2: Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles 15
Tableau 3: Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles, selon les années 16
Tableau 4: Paiements de transfert 16

Partie IV : Aperçu du Bureau d'information du Canada 17

A. Mandat, rôles et responsabilités 17
B. Cadre de fonctionnement 17
C. Organisation du Bureau d'information du Canada 18
Figure 1 : Structure du BIC 19
Tableau de la gamme de produits et services 19

Partie V : Autres renseignements 23

Partie I : Message du Ministre

En ma qualité de ministre responsable du Bureau d'information du Canada (BIC), je suis heureux de présenter le rapport de rendement du BIC pour l'exercice financier 2000-2001.

Le BIC joue un rôle de premier plan dans les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens et les Canadiennes. Il contribue à répondre au désir des Canadiens et des Canadiennes d'être mieux informés sur l'orientation globale, les grandes priorités, et les programmes et services que le gouvernement met à leur disposition.

L'année qui vient de s'écouler a été marquée par l'intégration au sein du BIC, de trois nouvelles sphères d'activités : un réseau pancanadien de coordonnateurs régionaux des communications, la coordination de la recherche en opinion publique et le Programme des foires et expositions du gouvernement du Canada. L'intégration réussie de ces nouvelles fonctions témoigne de façon probante de la maturité organisationnelle et structurelle du BIC. De plus, le BIC a lancé l'Initiative pour l'information des citoyens (IIC) sous la direction du Comité spécial du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCC). L'IIC a mené à l'élaboration de produits axés sur les citoyens et conçus pour mieux faire connaître le plan global et les priorités du gouvernement du Canada, et pour promouvoir ses programmes et ses services. Ces nouvelles initiatives ont permis au BIC d'élargir son éventail de services et d'outils de communication à l'usage du gouvernement du Canada.

Les initiatives susmentionnées et une variété d'autres initiatives de communication avec les citoyens ont été conçues et mises en oeuvre par le BIC en partenariat avec d'autres ministères et organismes, des organisations non gouvernementales et le secteur privé. Ces activités ont manifestement soutenu les engagements du gouvernement en termes de communication et envers un Canada fort et uni.

Je suis fier des réalisations du BIC. Je tiens à remercier nos partenaires internes et externes au gouvernement.

Afin d'améliorer l'efficacité de ses communications et de ses services aux citoyens, le gouvernement du Canada a annoncé le lancement de *Communication Canada* le 1er septembre 2001. Cet organisme regroupe les activités de coordination des communications de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, avec celles du Bureau d'information du Canada. Je suis confiant que ce nouvel organisme permettra au gouvernement du Canada de mieux répondre aux besoins en communication et en prestation de services aux Canadiens et aux Canadiennes.

Alfonso Gagliano

Partie II : Rendement du Bureau d'information du Canada

A. Contexte

Le Bureau d'information du Canada (BIC)[1] a pour mandat d'améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens et les Canadiennes. Le BIC favorise de meilleures communications émanant du gouvernement du Canada dans son ensemble et appuie l'engagement du gouvernement envers un Canada fort et uni.

Pendant l'année financière 2000-2001, le BIC était l'un des quatre organismes centraux qui soutiennent le gouvernement dans ses communications avec les Canadiens et les Canadiennes. Les trois autres organismes sont le Bureau du Conseil privé[2], Travaux publics et Services gouvernementaux Canada[3] et le Secrétariat du Conseil du Trésor[4]. Le Bureau d'information du Canada soutient les efforts du Comité spécial du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCC)[5] en développant et en mettant en oeuvre une variété d'initiatives qui viennent renforcer le travail de communication de première ligne effectué par les ministères.

Des facteurs sociaux et économiques, tant au niveau national que régional, influencent fortement les activités du BIC. Les questions sociales telles que la santé, l'éducation et la gestion de l'économie restent prioritaires pour les citoyens. Le BIC élabore et réalise des initiatives qui reflètent leurs besoins d'information dans ces domaines et dans d'autres.

Le BIC doit répondre aux demandes et aux besoins d'information spécifiques émanant de tous les segments de la population qui diffèrent d'une région à l'autre. Le Bureau d'information du Canada développe des moyens créatifs et innovateurs en communication pour mieux informer les Canadiens et les Canadiennes tout en tenant compte des réalités quotidiennes et les caractéristiques spécifiques à chaque région du pays.

---

[1] Site Internet du Bureau d'information du Canada (maintenant Communication Canada) : http://www.communication.gc.ca/

[2] Site Internet du Bureau du Conseil privé : http://www.pco-bcp.gc.ca/

[3] Depuis le 1er septembre 2001, la coordination des activités de communication font partie du Communication Canada.

[4] Site du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada : http://www.tbs-sct.gc.ca/

[5] Depuis avril 2001, ce comité est devenu permanent sous l'appellation de Comité du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCCG). Pour des informations sur la structure du CCCG, voir l'adresse Internet : http://canada.gc.ca/howgoc/cab/cab-com_f.html

L'information mise à la disposition des Canadiens et des Canadiennes leur permettant d'accroître leurs connaissances de leur région, de leur pays et du monde en général est de plus en plus abondante et diversifiée. Leurs demandes d'information sur les programmes et les services du gouvernement du Canada reflètent cette évolution car elles sont à la fois complexes et précises. Le BIC doit alors trouver les meilleures façons et les meilleurs outils de communication pour répondre aux besoins exprimés par la population. En s'appuyant sur les résultats de recherches en opinion publique et en communication, et d'autres sources, le Bureau d'information du Canada met sur pied des activités de communication pangouvernementales axées sur les citoyens, et ce, aux échelles nationale et régionale. Le plus souvent, ces activités sont menées en collaboration avec d'autres ministères et organismes fédéraux, y compris les Conseils fédéraux régionaux, des organisations non gouvernementales, ainsi que le secteur privé. Elles ont pour but de renseigner les Canadiens et les Canadiennes sur les priorités du gouvernement et sur plusieurs programmes et services mis à leur disposition.

B. Attentes globales en matière de rendement

Au cours de l'exercice financier 2000-2001, l'objectif du BIC était de fournir aux Canadiens et aux Canadiennes de l'information sur l'orientation globale et les grandes priorités du gouvernement, ainsi que sur le vaste éventail des programmes et services à leur intention.

C. Défis reliés au rendement

Les Canadiens et les Canadiennes désirent que leur gouvernement leur transmette davantage de renseignements sur les programmes et services. Ils estiment que le gouvernement a un rôle important à jouer dans la diffusion des renseignements, mais croient également que les renseignements en provenance du gouvernement doivent être pertinents et factuels. Adapter leurs communications aux besoins des divers groupes de citoyens est un défi constant pour tous les gouvernements.

Des enquêtes sur les communications gouvernementales, conduites ces dernières années[6] par le BIC et d'autres organisations, ont mis en lumière la nécessité de renforcer notamment les communications entre le gouvernement et la population. Trouver une formule efficace pour fournir des renseignements pertinents et faire en sorte que l'ensemble de la population puisse accéder, comprendre et utiliser l'information qui lui est destinée, répond à ce besoin. Les autres

---

[6] Voir notamment *Enquête sur les communications. À l'écoute des Canadiens*, Bureau d'information du Canada. Adresse Internet : http://www.communication.gc.ca/survey/pubop_f.html
Voir également *Enjeux et défis de communication auprès des Canadiens et Canadiennes peu alphabétisés*, Rapport final, Bureau d'information du Canada (2000). Adresse Internet : http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_f.html

défis pour le BIC relèvent de la complexité des auditoires, de l'utilisation des nouvelles technologies, de l'approche partenariale et de l'équilibre entre les besoins nationaux et régionaux.

De plus, les ministères et les organismes informent déjà les citoyens de leurs services et programmes respectifs. Le défi du BIC consiste à élaborer, au nom du gouvernement du Canada dans son ensemble, des activités de communication qui viendront compléter ou encadrer les messages des ministères.

D. Tableau des principaux engagements relatifs aux résultats

Le Bureau d'information du Canada (BIC)		
Fournir aux Canadiens et aux Canadiennes de l'information sur le gouvernement du Canada		
Résultat clé et stratégie de mesure de rendement Renseigner les Canadiens et les Canadiennes	**Attesté par :** La portée et l'impact des activités du BIC sur les participants et les auditoires L'accessibilité de l'information sur le gouvernement du Canada, particulièrement ses priorités, programmes et services	**Ressources :** 58 034 884 $ 169 ETP

Bureau d'information du Canada	
Dépenses prévues	20 648 000 $
Autorisations totales	58 034 884 $
Dépenses réelles en 2000-2001	57 443 430 $

E. Principaux résultats

Le BIC joue un rôle important dans la consolidation des communications gouvernementales et il influence la planification et l'orientation des communications du gouvernement dans son ensemble en 2000-2001. Vous trouverez à la page suivante quelques exemples spécifiques des réalisations dont le BIC a été le maître d'oeuvre au cours de la dernière année correspondant aux

engagements énoncés dans le Rapport des plans et priorités pour l'exercice financier 2000-2001.

Activités de recherche

La recherche au BIC aide à mieux connaître les besoins des citoyens et mieux comprendre le contexte public influant sur les communications et les attitudes des Canadiens et des Canadiennes à l'égard du gouvernement du Canada. En 2000-2001, le BIC a continué à recueillir l'opinion des Canadiens et des Canadiennes sur leurs attitudes et leurs préférences relativement aux communications. Les résultats de ces recherches ont été partagés avec plusieurs ministères fédéraux et avec d'autres intervenants afin de les appuyer dans leurs efforts de communication. À titre d'exemples:

➢Le BIC a publié trois nouvelles éditions de *l'Enquête sur les communications gouvernementales*[7]. La 7e édition de l'enquête menée à l'automne 2000 comportait des questions ciblant plus particulièrement les communications électroniques. Ces questions visaient à cerner les besoins de la population en termes de services offerts sur l'Internet par le gouvernement du Canada. Le BIC a diffusé les résultats auprès de divers auditoires gouvernementaux et sur son site Internet (65 exposés, plus de 1 500 rapports distribués et environ 200 réponses de demandes de renseignements).

> *Les sites du gouvernement ont également eu un impact positif sur les Canadiens et les Canadiennes qui ont commencé à naviguer sur le Web.*
>
> *La percée de l'Internet, un mode de communication rapide, direct et bidirectionnel, permettra d'améliorer et d'accélérer les contacts entre le gouvernement et les citoyens* (Extraits de l'Enquête sur les communications. À l'écoute des Canadiens, Automne 2000: 76).

➢Sur la base de ces enquêtes, le BIC a développé des profils régionaux et démographiques qui

[7] Les rapports *Enquête sur les communications gouvernementales : À l'écoute des Canadiens* sont disponibles sur le site Internet de Communication Canada (Bureau d'information du Canada) à l'adresse suivante : http://www.communication.gc.ca/survey/pubop_f.html

ont, par la suite, été diffusés au Comité spécial du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCC), aux coordonnateurs régionaux du BIC et à divers auditoires au sein du gouvernement et d'ailleurs dans le but de les renseigner sur le profil démographique des citoyens qu'ils desservent et sur l'opinion publique dans les régions.

➢Le BIC a également publié en septembre 2000 le rapport *Enjeux et défis de communications auprès des Canadiens et des Canadiennes peu alphabétisés*[8]. Ce rapport a été suivi d'un forum sur les communications et l'alphabétisme le 22 novembre 2000 à l'intention des communicateurs fédéraux qui a attiré plus de 200 participants des secteurs public, privé et communautaire. Ces derniers sont venus confirmer l'importance d'aborder l'enjeu de l'alphabétisme sous l'angle des communications. Par son action, le BIC s'est imposé en partenaire de première ligne auprès des intervenants et de la communauté. D'ailleurs, les témoignages des participants en font foi.

Témoignages de participants au forum :

« En fait, ça m'a ouvert les yeux sur le fait que le service public se préoccupe réellement des besoins des gens du peuple ».

« Le forum a été une expérience de sensibilisation et va me permettre d'utiliser de nouveaux outils pour de futures initiatives de communication ».

Enfin, la valeur totale des projets de recherche en opinion publique, réalisés par les ministères et les organismes du gouvernement du Canada et coordonnés par le BIC pendant l'exercice financier 2000-2001, a été de 19,9 millions de dollars. Les publics visés représentaient un vaste éventail au sein de la société canadienne, depuis les plaisanciers jusqu'aux femmes atteintes du cancer du sein, en passant par les utilisateurs des sites Internet du gouvernement du Canada, les parents d'enfants d'âge scolaire, les agriculteurs, les pêcheurs, les propriétaires d'armes à feu et les anciens combattants.

[8] Bureau d'information du Canada, *Enjeux et défis de communication auprès des Canadiens et Canadiennes peu alphabétisés*, Rapport final, septembre 2000.
http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_f.html

Activités de communication

En 2000-2001, le BIC a engagé une grande partie de ses efforts dans la conception et la réalisation de produits et d'initiatives de communication axés sur les citoyens. Ces initiatives de communication intégrées sont conçues de manière à tenir compte des besoins et des intérêts des citoyens en matière d'information, tant sur les grandes priorités du gouvernement du Canada que sur les programmes et services qu'il fournit. Elles sont fondées sur les résultats des recherches du BIC et sur ce qu'il a appris jusqu'à maintenant par l'expérience. L'ajout de coordonnateurs régionaux des communications fait en sorte que les communications du gouvernement du Canada aux paliers régional et local sont mieux coordonnées et concertées. Le BIC continue aussi à jouer un rôle important dans divers projets de communications pangouvernementaux dirigés par d'autres ministères et organismes. Nous présentons quelques exemples de ces réalisations :

➢Le Bureau d'information du Canada coordonne et gère le Pavillon du Canada aux grandes foires et expositions à travers le pays dans le cadre de son travail visant à augmenter la présence du gouvernement du Canada dans toutes les régions et pour répondre davantage aux besoins d'information des Canadiens et des Canadiennes. En 2000-2001, le gouvernement a participé à 14 grandes foires ou expositions ainsi qu'à des dizaines d'événements locaux sélectionnés dans toutes les régions du Canada. Des sondages indiquent que 86 pour cent des personnes qui ont visité le Pavillon du Canada appuient une telle présence. De plus, les autorités du *Calgary Stampede* ont présenté au Bureau d'information du Canada un Prix de reconnaissance spécial pour souligner le caractère unique du Pavillon et son engagement envers l'excellence.

➢En 2000-2001, trois vignettes télévisées ont été conçues pour donner aux Canadiens et aux Canadiennes de l'information sur les services du gouvernement du Canada ainsi que sur les trois canaux d'accès, c'est-à-dire le site Internet du gouvernement du Canada[9], la ligne sans frais 1 800 O-Canada[10] et les centres d'accès Service Canada[11]. Ces vignettes illustraient trois différents services gouvernementaux : un maître-chien travaillant à l'Agence canadienne d'inspection des aliments, un capitaine chargé de coordonner les opérations de secours aérien pour les Forces canadiennes et un gardien de parc à l'emploi de Parcs Canada. Des évaluations effectuées sur les vignettes indiquent qu'elles ont efficacement contribué à mieux sensibiliser les Canadiens et les Canadiennes aux services offerts par le gouvernement du Canada.

---

[9] Le principal site Internet du gouvernement du Canada (www.canada.gc.ca).

[10] Vous pouvez composer le numéro de téléphone sans frais pour le gouvernement, 1 800 O-Canada (1 800 622-6232). Un agent d'information vous répondra dans la langue officielle de votre choix. Si vous êtes mal-entendant ou mal-parlant, vous pouvez vous servir du numéro Téléscripteur/ATME 1 800 465-7735.

[11] Service Canada permet à la population d'accéder aux services du gouvernement à un même endroit. Cette initiative aide les Canadiens et les Canadiennes à obtenir les services dont ils ont besoin de façon rapide et pratique, que ce soit en personne, par Internet ou par téléphone. Pour obtenir plus d'information, visitez le site Internet : http://www.servicecanada.gc.ca

➢Le BIC a produit en collaboration avec d'autres ministères, un guide national de programmes et de services[12] (distribué à 11,2 millions de foyers en septembre 2000). Ce guide présente une vue d'ensemble des services offerts aux citoyens. Il a été élaboré à la suite du succès remporté par deux projets pilotes : *Votre guide des programmes et services du gouvernement du Canada* diffusé dans les régions rurales et *Services du gouvernement du Canada pour vous*, diffusé dans les régions urbaines de Québec et Saskatoon.

➢Des campagnes d'information ont été menées dans 1 300 hebdomadaires (ruraux, urbains, autochtones, culturels, ethniques et jeunesse). Les annonces destinées à la presse ethnoculturelle ont été rédigées dans la langue du journal (au total, 37 différentes langues). Ces annonces appuient d'autres activités de communication comme le guide national des services, les vignettes télévisées et le Programme des foires et expositions du gouvernement du Canada.

➢Le BIC a collaboré à divers grands dossiers de communication gouvernementale, par exemple le renouvellement de la politique du gouvernement du Canada en matière de communication, le renouveau de la collectivité des communications, la ligne téléphonique 1 800 O-Canada, le site Internet du gouvernement du Canada, l'initiative *Gouvernement en direct*[13] et Service Canada. En janvier 2001, le Bureau du Conseil privé et le BIC ont organisé une conférence sur les communications gouvernementales. Les commentaires recueillis auprès des délégués de la communauté des communicateurs ont été très positifs. Le BIC sera l'hôte d'une autre conférence du même genre en 2002.

---

[12]Le guide national intitulé *Services du gouvernement du Canada pour vous* est disponible à l'adresse Internet suivante : http://www.communication.gc.ca/national-guide/intro_f.html. La version électronique de ce guide se trouve sur ce site et renferme des liens directs vers les services décrits. Il est également possible d'y effectuer une recherche en entrant le nom complet du service voulu.

[13] Pour obtenir des informations additionnelles sur l'initiative *Gouvernement en direct* voir l'adresse Internet : http://www.gol-ged.gc.ca/index_f.asp

Coordination régionale

Pour soutenir les projets de communications horizontales et pangouvernementales, un réseau de coordonnateurs régionaux des communications a été mis sur pied à travers le pays. Dans le but d'améliorer la présence du gouvernement du Canada à l'échelle régionale, les coordonnateurs ont offert des produits et des activités ayant un caractère régional en travaillant avec l'appui des Conseils fédéraux régionaux et de concert avec des ministères fédéraux de la région ou de la province concernée. Des campagnes d'information et autres activités ont été menées dans le but de promouvoir les services offerts par le gouvernement du Canada au grand public.

Activités de rayonnement

Les activités des liaisons extérieures encouragent les Canadiens et les Canadiennes à travailler avec le gouvernement du Canada et avec d'autres partenaires à l'amélioration des communications entre les citoyens et le gouvernement. L'objectif visé est de répondre aux besoins d'information exprimés par les citoyens en matière de programmes et de services offerts par le gouvernement du Canada.

➢Plus de 100 activités communautaires ont été organisées au Québec et dans les provinces de l'Ouest et de l'Atlantique. Ces activités ont permis une communication directe avec près de 80 000 Canadiens et Canadiennes. Entre autres, le BIC a contribué à 54 activités dans le cadre de la Tournée des ambassadeurs sur le Sommet des Amériques et à 32 sessions d'information sur les affaires électroniques en collaboration avec Industrie Canada, Développement économique Canada, et le Réseau des Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC). En collaboration avec Santé Canada, la Gendarmerie Royale du Canada et diverses organisations non gouvernementales, le BIC a participé à une tournée musicale de même qu'à une campagne d'information visant à sensibiliser les jeunes aux dangers du tabagisme et du dopage.

➢Par ailleurs, dans le cadre de ses projets de partenariat, le BIC a aussi offert une aide financière et des services conseils à divers organismes pour des projets à caractère social et communautaire.

Produits et services d'information

Le BIC continue de cerner les tendances actuelles et nouvelles, et ce, dans une perspective de plus en plus globale. Il recueille de l'information de façon ponctuelle et ciblée, pour lui permettre de mieux combler les besoins d'information des citoyens. Il coordonne des visites ministérielles dans plusieurs régions du pays, fournissant des renseignements généraux factuels sur les collectivités visitées, ainsi que des services de soutien logistique. Par exemple :

➢Lors du dernier exercice financier, le BIC a maintenu la production de produits d'information avec le suivi et l'analyse médiatique qui ont aidé les ministères et les organismes à connaître les préoccupations et les besoins des Canadiens dans les diverses régions du pays, de telle sorte que les activités de communication du gouvernement pourront mieux combler les besoins en matière d'information. Il a également produit des calendriers d'événements qui aident l'ensemble du gouvernement à mieux planifier et coordonner ses activités de communication. De plus, le BIC a informé les Canadiens et les Canadiennes sur les activités culturelles se déroulant dans l'ensemble du pays avec la production de calendriers sur les foires et festivals.

➢Outre les Tournées ministérielles au Québec[14], qui existent depuis décembre 1998, le BIC a mis en place des tournées ministérielles dans les provinces de l'Ouest canadien qui débuteront au cours de l'exercice financier 2001-2002. Ces activités gouvernementales que sont les tournées donnent également l'occasion aux Canadiens et aux Canadiennes de parler directement avec les représentants du gouvernement, de faire part de leurs préoccupations et, par la même occasion, leur permettent d'accéder à des informations sur les services mis à leur disposition.

Diffusion des pratiques exemplaires

Enfin, en 2000-2001, le BIC s'est employé à cerner et à diffuser les pratiques exemplaires en matière de communication gouvernementale afin que les ministères et les organismes puissent tirer des leçons de l'expérience de chacun. Il s'implique également dans différents forums, dans des colloques et dans des activités régionales et nationales tels que les « Déjeuners causerie » sur la recherche en opinion publique qui ont impliqué des participants de plusieurs ministères et agences gouvernementales. Le BIC continue de remplir son mandat de manière efficace et professionnelle comme le démontrent plusieurs prix remportés durant la dernière année. Entre autres, le BIC s'est mérité un Prix d'excellence de l'Association internationale des professionnels en communication pour la région de la Capitale nationale (AICP) pour la publication de *Votre guide des programmes et services du gouvernement du Canada*, réalisée en collaboration avec le Secrétariat rural d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Deux autres prix ont été décernés au BIC par la même association soit le Prix d'excellence pour les vignettes télévisées et le Prix du mérite pour l'étude sur l'alphabétisation[15].

---

[14] Pour avoir un aperçu des tournées effectuées en 2000-2001au Québec, voir l'adresse Internet: http://www.cio-bic.gc.ca/tour_min/2000-2001_fr/diapositive01.html

[15] Bureau d'information du Canada, *Enjeux et défis de communication auprès des Canadiens et Canadiennes peu alphabétisés*, Rapport final, septembre 2000. http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_f.html

Les réalisations du dernier exercice financier démontrent la position importante du Bureau d'information du Canada dans le domaine des communications gouvernementales. Les leçons tirées de ces activités nous ont permis d'améliorer les communications générales du gouvernement. Elles nous ont aussi servi dans l'établissement de relations conviviales et efficientes avec l'ensemble de nos partenaires gouvernementaux et non gouvernementaux. Elles nous ont également mené à développer des initiatives qui amélioreront la coordination des communications à l'échelle régionale. Enfin, les réalisations passées ont posé les jalons qui renforcent le rôle que nous avons à jouer dans l'amélioration des communications entre le gouvernement et les Canadiens et les Canadiennes.

Partie III : Rendement financier

A. Aperçu du rendement financier

Pour l'année financière 2000-2001, le budget du BIC est passé de 20,6 à 58 millions de dollars. Cet écart positif de 37,4 millions de dollars s'explique comme suit :

En mars 2000, des fonds additionnels ont été approuvés pour trois initiatives de communication corporative sur trois ans (2000-2001 à 2002-2003). Le BIC a reçu 28,6 $ M pour l'exercice financier 2000-20001.

- l'Initiative de coordination régionale (5,7 M $)
- le Programme des foires et expositions du gouvernement du Canada (3,9 M $ couvrant la période de juin 2000 à mars 2001)
- l'Initiative pour l'information des citoyens (19 M $)

Le BIC a aussi obtenu un montant additionnel pour la mise sur place des campagnes d'information faisant suite à l'accord fédéral-provincial sur le financement fédéral accru pour le système canadien de soins de santé et pour l'initiative du site *Gouvernement en direct* (8 M $) pour 2000-2001 seulement. De plus, la coordination de la recherche sur l'opinion publique sous la responsabilité de Travaux publics et services gouvernementaux du Canada (TPSGC) a été transférée au BIC en 2000-2001. Ce transfert a été approuvé et s'est accompagné d'un montant annuel de 0,8 million de dollars.

B. Tableaux financiers récapitulatifs

Les tableaux financiers suivants s'appliquent au Bureau d'information du Canada

Tableau 1

Sommaire des crédits approuvés

Besoins financiers par autorisation (en milliers de dollars)

		2000-2001		
Crédit		Dépenses prévues	*Autorisations totales*	**Dépenses réelles**
	Bureau d'information du Canada			
15	Dépenses de programme	19 558	*56 817*	**56 226**
(L)	Contributions aux régimes d'avantages sociaux des employés	1 090	*1 218*	**1 217**
	Total pour le Bureau d'information du Canada	20 648	*58 035*	**57 443**

Tableau 2

Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles (en milliers de dollars)

Bureau d'information du Canada	2000-2001		
	Dépenses prévues	*Autorisations totales*	**Dépenses réelles**
Équivalents temps plein (ETP)	83	131	169
Fonctionnement	20 648	55 190	55 102
Subventions et contributions	4 900	2 845	2 341
Total des dépenses brutes votées	20 648	58 035	57 443
Subventions et contributions législatives	—	—	—
Total des dépenses brutes	20 648	58 035	57 443
Moins :			
Recettes disponibles	—	—	—
Total des dépenses nettes	20 648	58 035	57 443
Autres recettes et dépenses			
Recettes non disponibles	—	—	—
Coût des services offerts par d'autres ministères	1 029	1 035	1 035
Coût net du programme	**21 677**	**59 070**	**58 478**

Des ressources additionnelles d'ETP ont été transférées et accordées pour être en mesure de bien s'acquitter des nouveaux projets du ministère. Ces ETP ont été affectées à la coordination des communications régionales (37), aux foires et expositions et à la recherche sur l'opinion publique (11). Un nombre additionnel d'ETP (38) a servi à remplacer l'aide contractuelle par des ressources de la fonction publique.

Tableau 3

Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles, selon les années

Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles, selon les années
(en milliers de dollars)

			2000-2001		
	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses réelles 1999-2000	Dépenses prévues	*Autori-sations totales*	Dépenses réelles
Bureau d'information du Canada	19 268	19 913	21 677	58 035	57 443
Total	**19 268**	**19 913**	**21 677**	**58 035**	**57 443**

Tableau 4

Paiements de transfert

Paiements de transfert	**(en milliers de dollars)**		**2000-2001**		
Bureau d'information du Canada	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses réelles 1999-2000	Dépenses prévues	*Autori-sations totales*	Dépenses réelles
SUBVENTIONS					
Subvention	—	—	2 000	1 224	1 224
Total des subventions	—	—	**2 000**	**1 224**	**1 224**
CONTRIBUTIONS					
Contribution	—	2 301	2 900	1 621	1 117
Total des contributions	—	**2 301**	**2 900**	**1 621**	**1 117**
Total des paiements de transfert	—	**2 301**	**4 900**	**2 845**	**2 341**

Partie IV : Aperçu du Bureau d'information du Canada[16]

A. Mandat, rôles et responsabilités

Le Bureau d'information du Canada a pour mandat d'améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens et les Canadiennes. Ainsi, le BIC favorise de meilleures communications de la part du gouvernement du Canada dans son ensemble et il appuie l'engagement du gouvernement envers un Canada fort et uni.

Le BIC travaille de concert avec d'autres ministères et organismes, des organisations non gouvernementales et avec le secteur privé à des initiatives pour informer les Canadiens et les Canadiennes sur leur pays et pour leur faire connaître les services que le gouvernement met à leur disposition.

Au BIC, nous croyons que mieux le gouvernement du Canada communiquera avec les citoyens, mieux les Canadiens et les Canadiennes connaîtront leur gouvernement et leur pays et mieux ils se connaîtront les uns les autres.

B. Cadre de fonctionnement

Le Bureau d'information du Canada n'a qu'un seul secteur d'activité : Renseigner les Canadiens et les Canadiennes.

Objectif du secteur d'activité

Fournir de l'information aux Canadiens et aux Canadiennes afin de mieux les renseigner au sujet du gouvernement du Canada, particulièrement pour ce qui concerne ses priorités et le vaste éventail de programmes et de services qu'il offre, et ce, dans le but d'améliorer les communications avec les citoyens et d'appuyer l'engagement du gouvernement envers un Canada fort et uni.

Description du secteur d'activité

Le BIC conçoit, développe, met en œuvre, coordonne et finance des activités et des produits de communication et d'information à l'échelle nationale et régionale, des initiatives de relations avec les collectivités et de liaisons extérieures, et des recherches relatives à l'opinion publique et

[16] Ces informations seront mises à jour dans le Rapport des plans et priorités 2002-2003 afin de refléter la création de Communication Canada le 1er septembre 2001.

aux communications afin de combler les besoins en information des Canadiens et des Canadiennes, particulièrement en ce qui concerne les priorités, programmes et services du gouvernement du Canada.

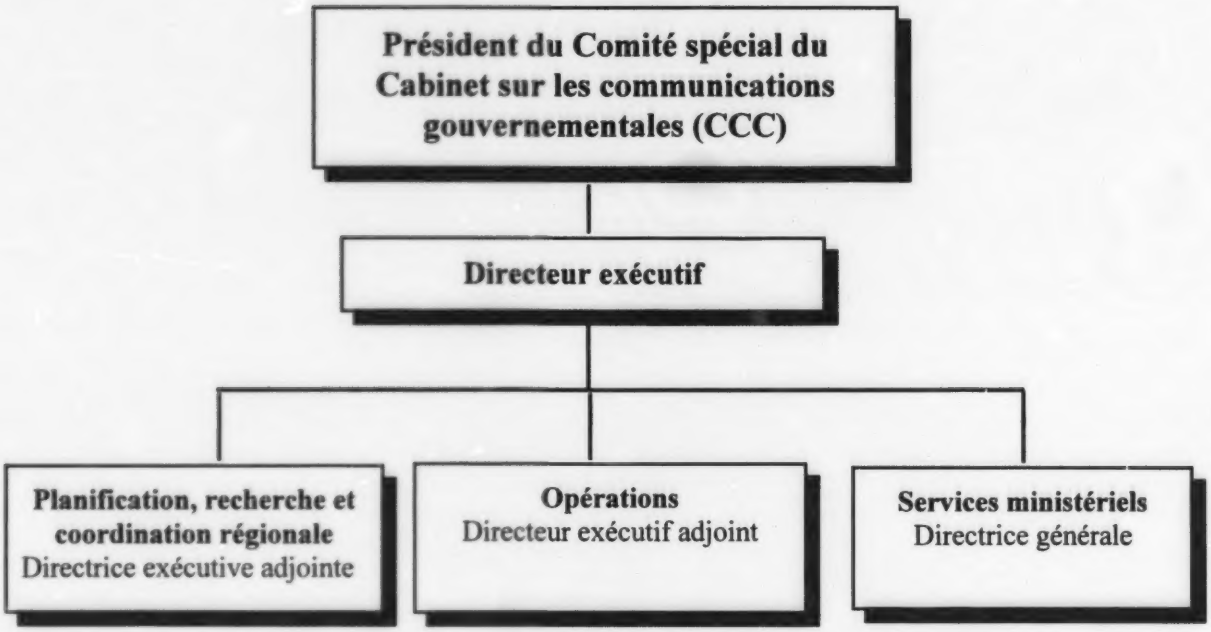
Le BIC concentre ses efforts sur les communications gouvernementales, c'est-à-dire pour le compte de l'ensemble du gouvernement du Canada. Cette perspective globale complète les activités de communication entreprises par les divers ministères et organismes et donne le contexte voulu à ces activités.

Appuyé par les recherches en opinion publique et en communication, le BIC met au point des initiatives de communication gouvernementales à l'échelle nationale et régionale qui sont axées sur les citoyens. Ces initiatives prennent le plus souvent la forme de partenariats avec d'autres ministères et organismes y compris les Conseils régionaux des hauts fonctionnaires fédéraux, des organisations non gouvernementales et le secteur privé et visent à renseigner les Canadiens et les Canadiennes au sujet du Canada, notamment des priorités du gouvernement et du large éventail de programmes et services qu'offre ce dernier. Ces activités globales complètent les activités ministérielles de communication et leur donne un contexte approprié. Le BIC prodigue aussi des conseils stratégiques et opérationnels au Comité spécial du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCC) et lui fournit le soutien nécessaire.

C. Organisation du Bureau d'information du Canada

Le directeur exécutif du BIC relève du président du CCC. Le BIC compte deux secteurs principaux : le Secteur de la planification, recherche et coordination régionale et le Secteur des opérations, les deux étant dirigés par un directeur exécutif adjoint. La Direction générale des services ministériels, qui est dirigée par une directrice générale, appuie les activités de ces deux secteurs.

Figure 1 : **Structure du BIC**



Gammes de produits et de services

Le BIC a trois gammes de produits et de services — deux gammes principales : la Planification, recherche et coordination régionale, et les Opérations; et une troisième gamme de produits et de services d'appui — les Services ministériels.

Tableau de la gamme de produits et services

Gammes de produits et de services :	**Planification, recherche et coordination régionale**	**Opérations**	**Services ministériels**
Responsabilité :	Directrice exécutive adjointe, *Planification, recherche et coordination régionale*	Directeur exécutif adjoint, *Opérations*	Directrice générale, *Services ministériels*

Planification, recherche et coordination régionale

La gamme de produits et de services de la Planification, recherche et coordination régionale a pour objet de fournir de l'information, des conseils et une orientation au BIC, aux autres ministères et organismes et au CCC relativement aux initiatives, aux politiques et aux programmes portant sur les communications de l'ensemble du gouvernement.

Ces produits et services comprennent la planification stratégique, l'évaluation, la mesure du rendement, les rapports ministériels, la coordination des communications régionales, les produits et activités de communication spécifiques aux régions, les sondages d'opinion publique et les recherches en communication, ce qui comprend la coordination des sondages d'opinion publique pour l'ensemble du gouvernement.

La directrice exécutive adjointe responsable de la Planification, recherche et coordination régionale est responsable de cette gamme de produits et de services. Le Secteur de la planification, recherche et coordination régionale réunit trois directions générales : Planification stratégique, politiques et évaluation, Recherche et analyse et Coordination régionale.

Opérations

La gamme des produits et des services des Opérations a pour objet la conception et le développement de produits, services et activités de communication gouvernementale qui répondent aux besoins et souhaits des Canadiens et des Canadiennes en matière d'information. Tout cela se fait en collaboration avec des partenaires gouvernementaux et non gouvernementaux.

Ces produits et services sont notamment les campagnes d'information, le suivi médiatique et le suivi des événements à contenu gouvernemental, la production de calendriers d'événements, la coordination des tournées ministérielles, les relations avec la collectivité et les liaisons extérieures et la coordination de la participation du gouvernement du Canada aux grandes foires et expositions à l'échelle du pays.

Le directeur exécutif adjoint aux Opérations est responsable de cette gamme de produits et de services. Le Secteur des opérations réunit deux directions générales : Communications et Services de l'information, des opérations et des liaisons extérieures.

Services ministériels

La gamme de produits et de services des Services ministériels assure le soutien administratif et la gestion des ressources. Cela comprend les ressources humaines et l'administration (paie et avantages sociaux, dotation et relations de travail, gestion de bureau, sécurité et achats), les services financiers (budgets), les technologies de l'information (systèmes informatiques et de télécommunications, ligne d'aide et formation) et d'autres activités (relations parlementaires, correspondance, gestion des dossiers, traitement des demandes d'accès à l'information et aux renseignements personnels).

Le directeur général des Services ministériels est responsable de cette gamme de produits et de services. La Direction des services ministériels chapeaute quatre directions : Ressources humaines et administration, Finance, Technologies de l'information et le Secrétariat général.

Partie V : Autres renseignements

Communication Canada (autrefois) Bureau d'information du Canada est situé au :

155, rue Queen, 5e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 6L1
Téléphone : (613) 992-1692
Télécopieur : (613) 991-1952

Pour obtenir de plus amples renseignements prière de communiquer :

Le site Internet de Communication Canada : **http://www.communication.gc.ca/index_f.html** **Le site est mis à jour régulièrement par l'ajout de renseignements et de rubriques spéciales d'information.**	**Le site Internet du gouvernement du Canada** **http://canada.gc.ca/main_f.html** **La ligne téléphonique sans frais du gouvernement du Canada :** **1-800-O-Canada (1-800-622-6232)**

Demandes en matière d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels (AIPRP)

Toute demande doit être adressée à :

Agent, AIPRP
Communication Canada
155, rue Queen, 5e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 6L1